CHECKLIST PARA DUPLICAR TUS SUSCRIPTORES

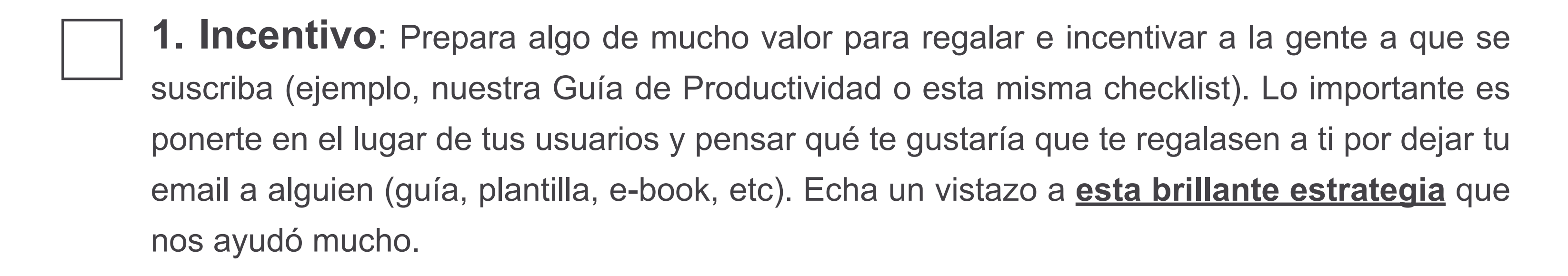


Hemos diseñado esta checklist con estrategias probadas que recomendamos utilizar para hacer crecer tu propia lista de suscriptores. Esta checklist es fruto de nuestra experiencia de cómo conseguimos duplicar la nuestra de **2.500 a 5.000 suscriptores** en 2 meses.

Te va a ayudar a hacerte las preguntas correctas y llevar a cabo las acciones clave para convertir tus visitas en suscriptores. Te aseguramos que si la pones en práctica, te ayudará a duplicar tus cifras diariamente. Piensa lo siguiente: Coge tu lista de suscriptores y duplícala, ¿no sería genial?

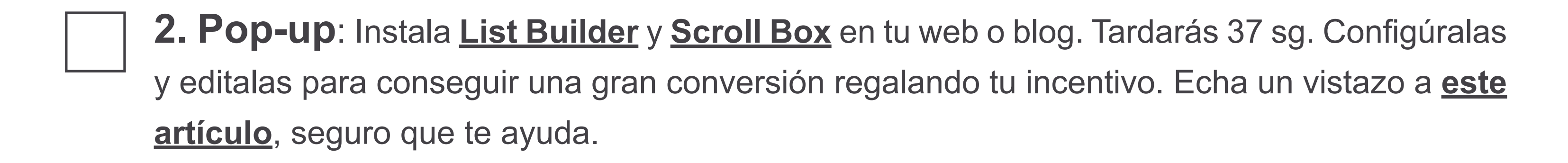
Lo que ya te adelantamos es que todos los pasos y preguntas que vas a encontrar, sólo son útiles si se hacen de verdad (no hay atajos ni varitas mágicas). Sabemos de primera mano lo difícil que es llevarla a cabo. Por ello, queremos ayudarte a pasar a la acción y duplicar tu lista de suscriptores cuanto antes. No esperes más y ponte a ello!

Nota: Además vamos a ir recomendandote artículos de referencia de auténticos gurús en growth hacking (casi todos en inglés, ¡seguro que sabes defenderte bien!).



1. Incentivo: Prepara algo de mucho valor para regalar e incentivar a la gente a que se suscriba (ejemplo, nuestra Guía de Productividad o esta misma checklist). Lo importante es ponerte en el lugar de tus usuarios y pensar qué te gustaría que te regalasen a ti por dejar tu email a alguien (guía, plantilla, e-book, etc). Echa un vistazo a **esta brillante estrategia** que nos ayudó mucho.

Preguntas que debes hacerte: ¿Qué contenido podría tener mejor conversión? ¿De qué hablan mis usuarios? ¿Qué es lo que necesitan? ¿Tengo el contenido preparado o lo tengo que hacer?



2. Pop-up: Instala **List Builder** y **Scroll Box** en tu web o blog. Tardarás 37 sg. Configúralas y editalas para conseguir una gran conversión regalando tu incentivo. Echa un vistazo a **este artículo**, seguro que te ayuda.

Preguntas: ¿Tengo un Pop Up instalado que permite a un visitante suscribirse fácilmente? ¿Cómo puedo mejorar el mensaje y call to action? ¿La tasa de conversión mejora o está bajando? ¿Qué colores convierten más?



- [ ] **3. Landing Page**: Es importante crear una landing page "perfecta" que utilizarás para promocionarla a través de diferentes canales y regalar tu incentivo creado en el paso 1. **Te enseñamos una** de las que hemos preparado nosotros (con una tasa de conversión superior al 55%) y que puede valerte de referencia.

  Preguntas: ¿Está mi Landing Page optimizada? ¿Ofrece un beneficio o incentivo específico a mi audiencia? ¿Es un incentivo suficiente para que la gente se suscriba?

- [ ] **4. Optimiza tu web o blog**: Optimiza la Home (página de inicio) de tu web. Es muy importante que todo vaya enfocado a conseguir suscriptores interesados en lo que ofreces.

  Preguntas: ¿Está mi página de inicio muy recargada o está limpia y clara? ¿Qué me indica el **mapa de calor** (heatmap)*? ¿Es captar el correo electrónico de mis visitas el objetivo principal de mi página de inicio?
  ** Esta es una parte importante y te recomendamos que la instales y pongas en marcha en páginas estratégicas para conocer los comportamientos de tus vistas*.

- [ ] **5. Comunidad**: Encuentra una comunidad en la que tus clientes/suscriptores pasen mucho tiempo. Una vez la encuentres, comienza a agregar valor a esa comunidad.

  Preguntas: ¿Dónde pasan mis clientes/suscriptores más tiempo online? ¿De qué temas están hablando o muestran interés? ¿Dónde se puede agregar valor a esa comunidad?

- [ ] **6. Recicla Contenido**: Da a tus antiguos post de más éxito una segunda y tercera oportunidad y compártelos cada 60-90 días en las redes sociales. Puedes utilizar herramientas como **MeetEdgar.com** o **BufferApp.com** para programarlos.

  Preguntas: ¿Qué contenido que ya he publicado ha funcionado bien? ¿Qué menciones puedo hacer de contenido antiguo? ¿Cuál fue el contenido más visitado hace 3, 6 y 12 meses?



☐ **7. Post invitado**: **Establece una estrategia** y escribe **posts de invitado para webs** donde estén los lectores/suscriptores potenciales que quieres captar. Incluso puedes customizar tu landing page especialmente para la audiencia de la web/blog donde hayan publicado tu post de invitado (la gente agradecemos mucho este gesto).

Preguntas: ¿Qué blogs/webs visitan suscriptores que quiero? ¿Qué hace que el público quiera/necesite escuchar/leer lo que yo ofrezco de forma única? ¿Tengo una landing page única para cada post de invitado?

☐ **8. Concursos**: Lanza concursos/sorteos para viralizar las campañas y llegar a más gente regalando cosas (los famosos Giveaways). Herramientas como: **Typeform**, Rafflecopter o Kingsumo. **Esta imagen** de ejemplo de un concurso que hicimos te puede ayudar.

Preguntas: ¿Hay un producto del que mi público objetivo esté hablando? ¿Hay en Twitter alguien muy fan de ese producto que podría recomendarlo?

☐ **9. Ads**: Sin gastar demasiado dinero te recomendamos que hagas campañas de Ads en Facebook, Twitter, Linkedin o Adwords (dependiendo donde esté tu audiencia y cual sea tu canal ideal) para darle un impulso a tu estrategia y captar más suscriptores. Recuerda Promocionar tus freebies para incentivar o bien hacer post patrocinados.

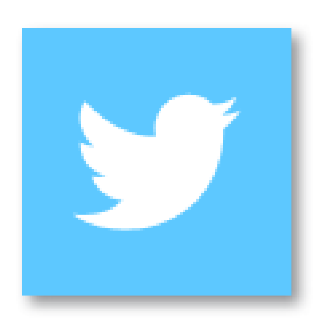
Preguntas: ¿Qué puedo regalar de forma gratuita? ¿Incluyo una prueba social/ testimonios reales de que es atractivo? ¿Es el **retargeting** más efectivo?

Este último paso ya es para nota ;-)

☐ **10. Crea un curso** a través de email (limitado en el tiempo, por ej. 30 días) donde ofrezcas tu mejor contenido de forma secuencial a tus suscriptores.

Preguntas: ¿Qué contenidos o mensajes reciben el feedback más positivo? ¿Qué contenido tengo que puedo combinarlo para crear el curso? ¿Cómo voy a desarrollar el contenido en cada mail?

Si te ha gustado esta checklist, por favor, pincha sobre el icono para compartirla en Twitter con tus amigos.



Al compartirlo entras en el sorteo de un cupón de 75€ en Google Adwords para tu primera campaña



Bases del Sorteo

Diseñada por Gremyo.com en el soleado Madrid de Octubre 2014

Inspirado en la Checklist de Okdork.com